Bene Bono, le spécialiste des courses bio anti-gaspi, lève 10 millions d’euros

En période d'inflation, Bene Bono a le vent en poupe avec son service pour vendre les produits qui ne sont pas conformes aux standards de la grande distribution. La société veut gagner du terrain en France ainsi qu'en Espagne.

Temps de lecture : minute

5 mars 2024

Le marché des courses bio en ligne suscite l’appétit des investisseurs de la tech en ce début d’année. Après La Fourche qui a levé 24 millions d’euros la semaine passée avec l’ambition d’atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025, c’est au tour de la startup Bene Bono de lever des fonds.

L’entreprise tricolore qui propose un service de livraison de produits bio non conformes aux canons de la grande distribution, annonce en effet un tour de table de 10 millions d’euros mené par AVP (AXA Venture Partners). 2050, le fonds de Marie Ekeland et Olivier Mathiot, ainsi que les investisseurs, Stride VC et Project A, ont également participé à l’opération. Celle-ci va permettre de donner des moyens supplémentaires à la société pour lutter contre le gaspillage alimentaire, un fléau qui représente un coût annuel de 16 milliards d’euros et 10 millions de tonnes de produits par an jetées à la poubelle chaque année rien qu’en France.

Donner une seconde chance aux produits «hors normes»

Pour changer la donne, Grégoire Carlier, Sven Ripoche et Claire Laurent ont lancé leur foodtech au printemps 2020 pour racheter, auprès d'un réseau de 350 producteurs bio et de 150 fabricants, des produits, notamment des fruits et les légumes, qui seraient refusés par les circuits classiques de distribution, pour des raisons esthétiques ou logistiques, et ainsi les proposer directement aux consommateurs pour leur donner une seconde chance. D'où la dénomination «Hors Normes» de la société à ses débuts avant de devenir Bene Bono.

Désormais, l'entreprise tricolore propose plus de 500 produits secs, boissons, d'hygiène, de beauté et d'entretien, avec des prix qui peuvent être jusqu'à 40 % moins chers que dans les supermarchés traditionnels. Bene Bono opère dans près de 300 communes en France après avoir récemment déployé ses activités à Toulouse et Bordeaux, en plus des quatre agglomérations dans lesquelles la société était déjà présente (Paris, Lyon, Marseille, Lille et leurs environs).

Selon la startup, son approche lui a permis d'attirer 30 000 clients actifs en 2023, contre 10 000 un an plus tôt. Il faut dire qu'en période de forte inflation qui asphyxie le pouvoir d'achat des Français, cette solution suscite logiquement de l'intérêt. La société affirme que son service a permis à ses clients d'économiser 200 euros en moyenne sur l'année.

L'Espagne pour se tester à l'international

Pour continuer à tirer profit de cette bonne traction, Bene Bono entend s'appuyer sur les 10 millions d'euros levés pour recruter une cinquantaine de salariés supplémentaires et décupler sa force de frappe commerciale. La société veut non seulement continuer à monter en puissance en

France mais aussi à l'international, en commençant par l'Espagne, où elle fait ses armes à Séville et Malaga. En parallèle, la foodtech tricolore prévoit de plancher de nouvelles fonctionnalités pour ses clients et de développer sa marque propre.

«Cette levée de fonds s'inscrit dans la lignée d'une très belle année 2023 marquée par notre lancement réussi en Espagne et plus de 2 100 tonnes de produits sauvées par nos utilisateurs. Elle va nous permettre de lutter à plus grande échelle contre le gaspillage à la source, en offrant toujours plus de bons produits, à prix réduits aux Français et aux Espagnols !», se réjouit Sven Ripoche, co-fondateur de Bene Bono.

À lire aussi
Bene Bono (ex-Hors Normes), le panier quali anti-gaspi au meilleur prix

MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M’INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion